

Empresa

Jimmy Choo pone el foco en Estados Unidos con aperturas en Nueva York, Chicago y San Francisco

Modaes
15 dic 2015 - 10:52

El lujo de **Jimmy Choo** pone el foco en Estados Unidos para impulsar su crecimiento. La compañía de calzado proyecta aperturas en Nueva York, Chicago y San Francisco. El plan de expansión también contempla reubicaciones de establecimientos ya existentes.

En 2016, la empresa cambiará la dirección de su tienda en la neoyorkina avenida Madison, que pasará del número 716 al número 699, junto a la tienda de **Hermès**, en un establecimiento más de 200 metros cuadrados, según **WWD**.

Esta reubicación, que tendrá lugar en abril, irá acompañada de otra apertura en el número 111 de Green Street, en el SoHo neoyorkino. En 2016, año del veinte aniversario de la firma, **Jimmy Choo** también prevé subir la persiana en Chicago, San Francisco y King of Prussia (Pensilvania).

Los nuevos establecimientos de **Jimmy Choo** no serán de grandes dimensiones. La empresa se centrará ahora en establecimientos más pequeños: “los clientes de lujo no quieren entrar en un inmenso palacio, quieren algo más íntimo”, asegura el consejero delegado del grupo, Pierre Denis.

La compañía, que comenzó a cotizar en otoño de 2014 en la bolsa de Londres, finalizó el pasado ejercicio con unos ingresos de 299,7 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 6,4%. El desarrollo en Asia, especialmente en China, está detrás del crecimiento de la marca, así como la línea masculina, que ha crecido a un ritmo superior al resto.

Por otro lado, **Jimmy Choo** registró pérdidas por importe de 10,8 millones de libras

Modaes

esterlinas (15 millones de euros) al cierre del ejercicio 2014, lo que supone reducir sus números rojos un 38,6% con respecto a 2013.